

Winner/s Edge



**DER
WINNER/S EDGE
RESULTING-ANSATZ**

Winner/s Edge
Resulting-Gesellschaft für Strategie, Vertrieb und Innovation mbH
Schloss Eicherhof
D-42799 Leichlingen
www.winner-edge.de
www.lasko.de



„Das Publikum
beklatscht ein Feuerwerk,
aber keinen
Sonnenaufgang.“
Friedrich Hebbel



Winner/s Edge zeigt Ihnen im Winner/s Edge Resulting-Ansatz auf, wie Sie Ihre Ziele effektiver, zielgerichteter und damit wirtschaftlicher erreichen.

DER WINNER/S EDGE RESULTING-ANSATZ

ANSATZ ... was ihn so erfolgreich macht.

01 LEVERAGE

HEBEL

Was ist der effektivste Hebel für Vertrieb und Change-Management, mit dem das Unternehmen erfolgreich zum Ziel kommt? Diesen Ansatzpunkt nach Pareto (80/20)*¹ zu finden ist Kern der Aufgabe und kreative Höchstleistung.

02 PERFORMANCE

UMSETZUNG

Winner/s Edge befähigt und initiiert Führungskräfte, Opinion-Leader und Mitarbeiter mit den neuesten Methoden des „Extreme- und Rapid Learnings“ zum Handeln in höchster Leistungsbereitschaft. Dabei konzentrieren sich alle Maßnahmen auf die praktische Umsetzbarkeit am Arbeitsplatz.

03 RESULTER

ERGEBNIS

Winner/s Edge – das ist ein Team von professionellen, kreativen Sales-Spezialisten. Sie heißen Resulter, weil sie durch ihre langjährige, praktische Berufs- und Lebenserfahrung den individuell richtigen Weg zum Ziel finden. Kreativität, Mut, Initiative und Neugierde bestimmen ihre Grundhaltung. Dabei sind sie nicht nur der Motor für die Veränderung, sondern gleichzeitig Sparrings-Partner für den Kunden.

*1 Das Vilfredo Pareto-Prinzip (auch 80-zu-20-Regel) besagt, dass sich viele Aufgaben mit einem Mitteleinsatz von ca. 20% so erledigen lassen, dass 80% aller Probleme gelöst werden.



„Die wirkliche
Entdeckungsreise
besteht nicht darin,
neue Landschaften
zu erforschen, sondern darin,
mit neuen
Augen
zu sehen.“
Marcel Proust



01 LEVERAGE HEBEL

Winner/s Edge

Was ist der effektivste Hebel für Vertrieb und Change-Management, mit dem das Unternehmen erfolgreich zum Ziel kommt? Nach Vilfredo Pareto lassen sich mit einem Mitteleinsatz von 20% etwa 80% erfolgreiche Umsetzung erzielen. Es geht nicht um die Wiederholung von Standardprogrammen, sondern darum, was für das Unternehmen in diesem speziellen Einzelfall die Lösung ist.

Das Ziel ist ein ganzheitliches Konzept. Den effektivsten Ansatz zur Zielerreichung zu erarbeiten, den richtigen innovativen Hebel zu finden – das ist die kreative Höchstleistung. Die Kunst: die Aspekte aus den unterschiedlichen Teilbereichen zu einem schlagkräftigen, ganzheitlichen Konzept zu verbinden. **Denn: Falscher Ansatz, falsche Resultate.**

Mit einem guten Ansatz wird sich das Projekt wie ein Adler in die Lüfte erheben. Kopf und Schweif sorgen für Richtung und Steuerung. Die Flügel (Leadership & Management, Sales-Fähigkeiten & Wissen) geben die Schlagzahl vor und sorgen für den richtigen Speed. Das Herz ist Zentrum für die ideellen Werte Culture & Change.

RICHTUNG, STRATEGIE

- Herunterbrechen der Unternehmens-Strategie in eine verständliche Vertriebs-Strategie.
- Klärung der Potenziale (mit welchen Kunden ist zu wachsen, welche sind neu zu gewinnen).
- Stimmen die Ziele, sind sie operativ und ehrgeizig? Welche Erfolgsschlüssel führen in den Erfolg?

MAKRO CHANGE, CULTURE

- Sind die Leitlinien (Culture) klar definiert. Wie werden die Leitlinien gelebt?
- Herrscht ein Milieu von Kreativität und Change, oder ist die Komfortzone die zentrierende Kraft?
- Werden die Team- und Unternehmensbereiche via initiiender Events begeistert und in Leistungsbereitschaft gebracht?

MIKRO, CHANGE, CULTURE, CHARISMA

- Besitzen die Führungskräfte die notwendige persönliche Change-Bereitschaft, um Change-Prozesse wirkungsvoll vermitteln oder realisieren zu können?
- Welche Grundwerte kennzeichnet die einzelne Persönlichkeit: Leidenschaft, Mut, Commitment, Initiative, Loyalität oder Schuldzuweisung, Rechtfertigung, Dienst nach Vorschrift und fehlender Mut?
- Ist der vertriebliche Akteur authentisch, überzeugend, souverän, charismatisch?

LEADERSHIP & MANAGEMENT

- Wie sind die richtigen Mitarbeiter zu rekrutieren und wie sind die aktiven Mitarbeiter zu auditieren?
 - Wie lassen sich die Teams begeistern und motivieren?
- Wie setzen die Führungskräfte die Lead-Skills gekonnt ein? Beherrscht die Führungskraft das Managen der Aufgabe?

SALES- FÄHIGKEITEN & WISSEN

- Sind die Struktur der Organisation und die Prozesse kundenorientiert? Wird das notwendige Fachwissen kundenorientiert genutzt?
- Beherrschen die Vertriebsmannschaften die Verhandlungsphasen?
- Verstehen die Mitarbeiter die Abläufe bei den Kunden? Versetzen sich die Mitarbeiter in die Welt des Kunden?

STEUERUNG, FEEDBACK

- Wie kann sichergestellt werden, dass der eingeschlagene Kurs auch konsequent eingehalten wird?
- Die Steuerungsinstrumente sind einfach anzulegen, verständlich und pflegearm. Gefragt sind sensible Steuerungssysteme. Werden Steuerungselemente als Kontrolle empfunden, haben sie versagt?
- Die Abweichung ist normal, die frühzeitige Erkennung ist wesentlich.

Winner/s Edge



„Leidenschaft
ist das
Feuer
der
Gestaltung.“



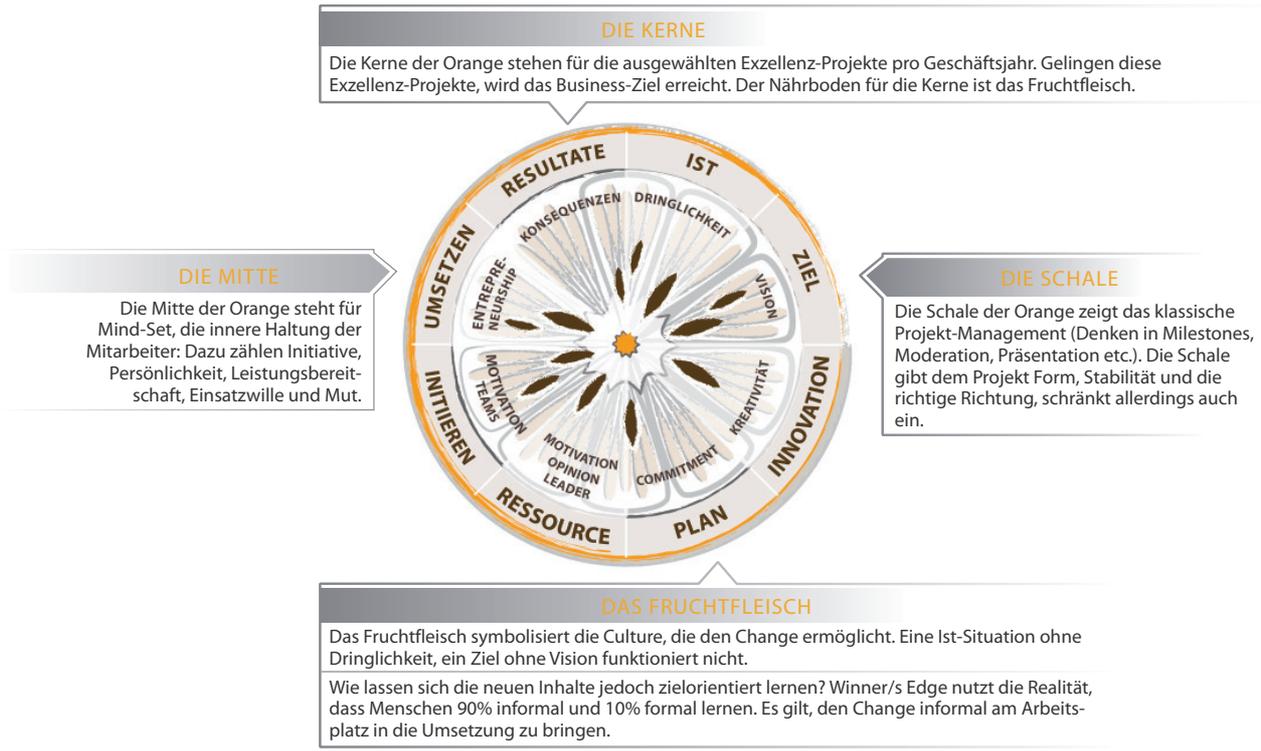
UMSETZUNG

Winner/s Edge befähigt und initiiert Führungskräfte, Opinion-Leader und Mitarbeiter mit den neuesten Methoden des „Extreme- und Rapid Learnings“ zum Handeln in höchster Leistungsbereitschaft. Dabei werden die neuesten Erkenntnisse exzellenter Change-Prozesse eingesetzt, um die vertrieblischen Fokus-Projekte zum Erfolg zu führen.

Basis für die Umsetzbarkeit ist Begeisterung durch Wissen. Wie können die Mitarbeiter, die die Change-Prozesse im Unternehmen realisieren sollen, dazu befähigt werden? Das Geheimnis heißt: „Begeisterung durch Wissen“. Dabei helfen nicht nur Klassiker, wie Seminare, Workshops, Trainings, Coachings und Consulting weiter. Gefragt sind innovative Ansätze des „Rapid“ und „Extreme“ Learning.

Das Besondere: Bei Winner/s Edge konzentrieren sich alle Maßnahmen auf die praktische Umsetzung am Arbeitsplatz. Das bedeutet: Die Teilnehmer sind von Anfang an verantwortlich involviert. Das Lernen findet am Arbeitsplatz statt. Winner/s Edge demonstriert Theorie in der Praxis. Erfolgserlebnisse stellen sich unmittelbar ein – die Teilnehmer verinnerlichen das Gelernte schneller. Sie wissen innerhalb kürzester Zeit, worauf es ankommt und dass sie erfolgreich sein können.

Die Metapher der Orange verdeutlicht den Zusammenhang zwischen dem klassischen Projektmanagement (der Schale) und dem viel größeren und wichtigeren Teil, dem Leistungswillen der Mitarbeiter (dem Fruchtfleisch). Die Schale gibt dem Projekt „Orange“ Form, Stabilität und die richtige Richtung, schränkt allerdings auch ein. Das Fruchtfleisch wird durch die Schale geschützt und in Form gebracht und ist so der perfekte Nährboden für die Kreativität und das Potenzial der Mitarbeiter, die ausgewählten Exzellenz-Projekte pro Geschäftsjahr zum Erfolg zu führen.





„Erfolgsmenschen
sind leicht zu erkennen:
Sie haben blaue Flecken
an den
Ellenbogen.“
Rudolf Platte



03 RESULTER ERGEBNIS

Winner/s Edge

Winner/s Edge – das ist ein Team von kreativen Sales-Profis. Winner/s Edge Resulter sind selbständige Gesellschafter, die ihre Projekte verantworten. Mut, Initiative und Neugierde bestimmen ihre Grundhaltung. Sie heißen Resulter, weil sie durch ihre langjährige, praktische Berufs- und Lebenserfahrung den individuell richtigen Weg zum Ziel finden. Was zählt, sind effektive und praktikable Ergebnisse. Und an diesen lassen sie sich messen.

Die Metapher „Hemdärmel hochkrepeln“ symbolisiert die nachweisbar zielgerichtete Umsetzungs- und Lösungskompetenz der eingesetzten Winner/s Edge Resulter. Veränderungsaktivitäten sind in die laufenden Prozesse der Unternehmen einzubetten.

WINNER/S EDGE UNTERNEHMEN

Winner/s Edge Gründung 1989, 14 Gesellschafter, 40 Winner/s Edge Permanent-Partner und ca. 90 Kooperations-Partner – Sitz in Köln/Düsseldorf – Filialen in der Schweiz und in Italien.

MIT INDIVIDUALITÄT ZUM ERFOLG

Winner/s Edge Partner sind Resulter, die weit mehr leisten als die meisten Trainer, Coaches und Berater im Markt. Je nach Aufgabenstellung kombiniert Winner/s Edge die „besten“ Resulter zur Erfüllung der Aufgabe.

Die Sales-Experten gehen jede Aufgabenstellung individuell an. Denn was für ein Unternehmen Erfolg brachte, kann für ein anderes Unternehmen der falsche Weg sein.

ALLE IN EINEM BOOT

Winner/s Edge integriert von Anfang an die Führungskräfte, Opinion Leader, Leistungsträger, Mitarbeiter des Unternehmens und bindet diese in die Change-Prozesse mit ein.

Winner/s Edge Resulter sind nicht nur der Motor für die Veränderung, sondern gleichzeitig Sparrings-Partner für den Kunden.

Dabei integrieren die erfahrenen Praktiker notwendige Veränderungen ideal in laufende Prozesse des Unternehmens.



WINNER/S EDGE CHORE-GEIST

Resulting: Leverage – Performance – Resulter



„Nichts auf der **Welt**
ist so mächtig,
wie eine **Idee**
deren Zeit gekommen ist.“
Victor Marie Hugo

- ▣ EXPERTISE
- ▣ PROJEKTE
- ▣ PUBLIKATIONEN
- ▣ UNTERNEHMENSSTZ
- ▣ PROFIL WOLF W. LASKO

Winner/s Edge

„Ein Kanu
den trifft nie
Baumstumpf
wieder,
von dem es
gehauen
wurde.“
Aus dem Kongo

AUTOINDUSTRIE / ZULIEFERER

Adam Opel AG, Rüsselsheim
 Automotive Mannesmann Boge, Bonn
 BMW AG, München
 CD-Design GmbH, Haan
 Ford Werke AG, Köln
 GKN Automotive AG, Lohmar
 GKN Walterscheid, Lohmar
 Löhr & Bromkamp, Offenbach
 Mazda Motors GmbH, Leverkusen

BANKEN / VERSICHERUNGEN / FONDSS

Aachener und Münchener Versicherung, Aachen
 Advance Bank, Duisburg
 AOK Essen, Bad Homburg
 Bayerische Hypo- und Vereinsbank, München
 Central Krankenversicherung, Köln
 DEG GmbH, Köln
 Deutsche Postbank AG, Bonn
 Deutscher Sparkassen Verlag, Stuttgart
 DEVK Versicherungen, Köln
 Die Continentale, Düsseldorf
 DZ-Bank, Stuttgart
 Hamburg Mannheimer Versicherung, Hamburg
 Intervest, Münster
 KfW Bankengruppe, Frankfurt
 Kölnische Rückversicherungsges., Köln
 Kreissparkasse Hannover, Hannover
 LBS Badische Landesbausparkasse, Mainz
 Münchner Rückversicherungs Ges., München
 Rheinische Sparkassenakademie, Düsseldorf
 SIGNAL IDUNA Gruppe, Hamburg/Dortmund
 Team Bank AG, Nürnberg
 Techniker Krankenkasse, Hamburg
 Versiko AG, Düsseldorf
 Wehrhahn KG, Neuss
 Wüstenrot Finanzservice, Ludwigsburg

BERATUNG / TRAINING

A.T. Kearney, Düsseldorf
 Hughes International GmbH, Rüsselsheim
 Roland Berger, München

COMPUTER / TELEKOMMUNIKATION

ALLDATA, Düsseldorf
 Commend Communications Systeme, Siegburg
 D Plus Mobilienste GmbH, Karlstein
 Data Systems GmbH, Braunschweig
 Deutsche Telekom AG, Bonn
 E-Plus, Düsseldorf
 GE CompuNet Computer AG & Co., Essen
 Getronics (Deutschland) GmbH, Raunheim
 Intermec Technologies GmbH, Düsseldorf
 Netcologne, Köln
 Nortel Networks, Frankfurt
 Sage Software GmbH, Frankfurt
 SAP Deutschland, Hamburg
 Secunet AG, Essen
 Sirona Dentalsystems GmbH, Bensheim
 T-Com, Bonn
 T-Mobile Deutschland GmbH, Bonn
 T-Systems, Bonn
 T-Systems Business Service, Bonn
 TÜVIT, Essen

DIENSTLEISTER

Alltours Flugreisen GmbH, Kleve
 Bertelsmann AG, Gütersloh
 Bertelsmann Lexikothek, Gütersloh
 Bertrand AG, Ehningen
 Cisco Systems GmbH, Düsseldorf
 Cologne Broadcasting Center, Köln
 eBay Deutschland, Dreilinden
 Eckes AG, Niederolm
 LTU Fluggesellschaft, Düsseldorf
 Lufthansa AG, Frankfurt
 Lufthansa Cargo AG, Frankfurt
 Nestlé Alete GmbH, München
 RTL Multimedia GmbH, Köln
 Sport Scheck, Unterhaching
 Thimm Service GmbH, Wörstadt
 Time Power Personal, Köln
 VFA, Bonn
 Weight Watchers Deutschland, Düsseldorf

ENERGIE

Emscher Lippe Energie GmbH, Gelsenkirchen
 Energieversorgung Limburg GmbH, Limburg
 Enwag GmbH, Wetzlar
 EnBW SIS GmbH, Karlsruhe
 EVD Energieversorgung, Dormagen
 Evi GmbH, Leverkusen
 EVO Energieversorgung, Oberhausen
 Ewb, Bern, Schweiz
 Mega, Monheim
 RWE Gruppe, Essen
 SWG Stadtwerke Gießen, Gießen
 Süwag Energie AG, Frankfurt
 Stadtwerke Göttingen AG, Göttingen
 Stadtwerke Marburg GmbH, Marburg
 Stadtwerke Ratingen, Ratingen
 Strasserauf, Düsseldorf
 Vattenfall Europe Information Services, Berlin

HANDEL / LOGISTIK

Berker GmbH, Schalksmühle
 Coca-Cola Erfrischungsgetränke, Berlin
 Cordes & Graefe, Bremen
 Danzas Holding GmbH, Schwalbach
 Delhey Logistik GmbH, Köln
 Elmer GmbH, Bottrop
 Engelhorn & Sturm, Mannheim
 Fema Farben und Putze GmbH, Ettlingen
 Kaufhof Warenhaus AG, Köln
 Karstadt Quelle AG, Essen
 Neckermann Versand AG, Frankfurt
 Otto Versand, Hamburg
 Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf
 Rotkäppchen Mumm Sektellereien GmbH,
 Eitville a. Rhein
 Sonepar Deutschland GmbH, Düsseldorf
 Sonepar Italia S.p.a., Padova, Italien
 Sonepar Suisse, Winterhalter + Fenner AG,
 Wallisellen, Schweiz, Wallisellen
 Viega Sanitär + Heizungssysteme, Attendorn
 Wilhelm Gienger KG, Markt-Schwaben

INDUSTRIE

ABB Industrietechnik AG, Mannheim
 ABB Stotz, Heidelberg
 ABB Trafo GmbH, Brilon
 Alulux Beckhoff GmbH, Verl
 BHS Maschinen- und Anlagenbau, Weiherh.
 Blenheim International, Düsseldorf
 BP Oil Deutschland GmbH, Hamburg
 British American Tobacco GmbH, Hamburg
 Busch Jaeger Elektro GmbH, Lüdenscheid

C. H. Knorr GmbH, Wels, Österreich
 Cegelec AEG Systems and Autom., Frankfurt
 Chemetall, Frankfurt
 Deutsche Asphalt GmbH, Neu-Isenburg
 Dyckerhoff Zement GmbH, Wiesbaden
 Dynamit Nobel AG, Troisdorf
 EOMAG AG, Brunn a. G., Österreich
 Flachglas AG, Gelsenkirchen
 Flachglas Wernberg, Wernberg
 Flabeg, Werk Witten
 Flender Himmel GmbH, Tübingen-Kilchberg
 Glaszentrum Berlin Dresden GmbH, Berlin
 Glaszentrum Nürnberg, Nürnberg
 Glaszentrum Ruhr, Gelsenkirchen
 Glas Trienes GmbH & Co KG, Kempen
 Haarmann & Reimer GmbH, Holzminden
 Hochtief Facility Management, Essen
 IBG Industrie Beteiligungs Ges., Köln
 Jenoptik, Jena
 JVC Professional, Friedberg
 KERAMAG, Ratingen
 Markem GmbH, Krefeld
 Metallgesellschaft AG, Frankfurt
 MG chemag, Frankfurt
 Miele & Cie. GmbH & Co., Gütersloh
 Oberhauser Glas, Oberhausen
 OBI Systemzentrale, Wermelskirchen
 Peacock AG, Wünnenberg-Haaren
 Pilkington Benelux N.V., Enschede, Niederlande
 Protec Torservice GmbH, Goslar
 Rheinmetall, Ratingen
 SAINT GOBAIN GLASS Deutschland GmbH, Aachen
 Sandvik GmbH, Düsseldorf
 Siemens AG, München
 Siemens Business Services, München
 Solvadis AG, Frankfurt
 Sony Deutschland GmbH, Köln
 Stöbich Brandschutz GmbH, Goslar
 Thermoglas Niederrhein GmbH, Kempen
 Troponwerke GmbH, Köln
 Weidmüller Holding AG & Co. KG, Detmold
 Widia GmbH, Essen
 XINYI GLASS, Hong Kong, China
 Zapp AG, Schwerte

PHARMA / KOSMETIK / CHEMIE

Arbeitsgemeinschaft LA-Med, München
 Arzneimittel Werk Dresden, Radebeul
 Avon Cosmetics GmbH, Neufahrn
 Azupharma GmbH, Gerlingen
 Bayer AG, Leverkusen
 Bayer Bitterfeld GmbH, Bitterfeld
 Berlin Chemie AG, Berlin
 Cosmo Trading/The Body Shop, Neuss
 Desitin Arzneimittel GmbH, Hamburg
 Douglas Holding AG, Hagen
 Estee Lauder Cosmetics GmbH, München
 Florasynth Intern., Teterboro, USA
 Glaxo Smith Kline Beecham Ph., München
 Gödecke AG, Freiburg
 Henkel Waschmittel GmbH, Düsseldorf
 Jafra Cosmetics, Berlin
 Coty Prestige/ Lancaster Group, Mainz
 Lilly Deutschland GmbH, Bad Homburg
 Miles Inc. Biotechnology, Berkeley, USA
 Niddapharm GmbH, Bad Vilbel
 Otsuka Pharma GmbH, London, England
 Ratiopharm GmbH, Ulm
 Rhein Chemie Rheinau GmbH, Mannheim
 Sachtleben Chemie GmbH, Duisburg
 Schwarz Pharma, Monheim
 The Mattson Jack Group, St. Louis, USA
 Unilever Austria, Wels, Österreich
 Wörwag Pharma GmbH & Co., Böblingen



„Den guten **Seemann**
erkennt man bei
schlechtem
Wetter.“

Aus der Toskana

PROJEKTE

Winner/s Edge

*ALLE PROJEKTBEISPIELE KÖNNEN UNTER WOLF@LASKO.DE ANGEFORDERT WERDEN!

FRAGEN DES KUNDEN/DES MARKTES	AKTIONSPROGRAMM: WINNER/S EDGE
Jeder Sales-Mitarbeiter soll die Strategie verstehen, und durch sie motiviert werden.	Transfer der Unternehmensstrategie in eine powervolle, motivierende Vertriebsstrategie (visuelles Mapping*)
Wie können wir kritische Stammkunden sichern, wie hochpotentielle Wachstumskunden ausbauen.	Deckungsbeitragsorientiertes Umsatzsteigerungsprogramm (Potentials-Gebiets-Management und Erfolgsplattform*)
Wie können neue Kunden gewonnen werden.	Ganzheitlicher Einsatz kreativer Akquisitions-Methoden (8118*)
Die systematische Vertriebssteuerung (Effekt & Effizienz) ist um 50% zu verbessern.	Aufbau eines intelligenten, pflegearmen, selbstcoachenden CRM-Tools (Scout*)
Umsetzung der Leitlinien, der gewollten Sales-Culture in reale Handlungen.	Performance Forum (7 Kugeln & Maps*)
In den Verkaufsgesprächen müssen wir viel professioneller, taffer, klüger verkaufen.	Exzellenz in der Verhandlungskönnerschaft / total sales skills (7 steps*)
Der Auftritt der Verkäufer soll charismatisch, authentisch, vertrauenserweckend sein.	Charisma, Überzeugung der eigenen Persönlichkeit (Personal Power*)
Integration unterschiedlicher Teams.	Fusion, Integration unterschiedlicher Unternehmen / Sales Forces (6 Boxes*)
Die Führungskräfte / Leistungsträger müssen ihre erfolgskritischen Projekte qualitativ, quantitativ in time und budget realisieren.	Innovatives Projekt-Management (Orange*)
Befähigung der Niederlassungsleiter/ Vertriebsdirektoren, einen exzellenten Job zu machen	Ganzheitliche Leadership-Programme zur Befähigung (Audit 262 & Guide*)
Ergebnis-orientierte Kundenbetreuung (Top Service) der Bigs.	VIP Key Account Management (Manual*)
Es müssen neue Absatzkanäle, neue Prozess-Designs, neue Services, neue Preis-Strategien gefunden werden, die besser sind als die des Wettbewerbs. Die Kreativpotentiale des ganzen Unternehmens sind zu aktivieren.	Vertriebsorientierte Langzeit-Kreativ-Sessions (Inno/ Big 5*)
PS.: Die Klassiker des Lernens in Class-Room, Trainings, Workshops (formal) etc. sind aus Zeit- und Kostengründen zu überwinden (informal).	PS.: Die Winner/s Edge Antwort: rapid- oder extreme learning, simulation-learning, workplace-learning, mobile-learning, web-based-learning, real-time-learning, Einsatz der kollektiven Intelligenz / Wiki, CEO-Blogging, etc.



„Gefesselte Hände
können keinen
Beifall
klatschen.“

Stanislaw Jerzy Lec

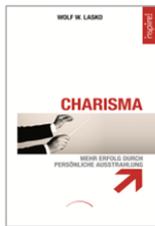
PUBLIKATIONEN

Winner/s Edge

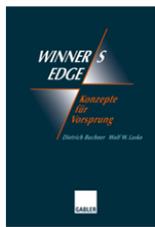
BUSINESS-
PHILOSOPHIE



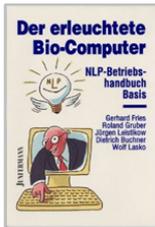
UNTERNEHMERISCHES
DENKEN & HANDELN



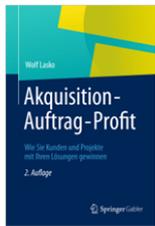
MANAGEMENT



LEADERSHIP

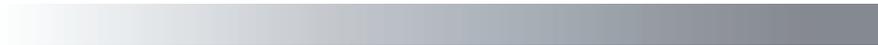


SALES



KOMMUNIKATION





„Ein Raum,
der sich leicht
erwärmen lässt,
wird auch leicht
kalt.“

Aus Korea

UNTERNEHMENSITZ

Winner/s Edge





„Es geht darum,
sich permanent
selbst
zu
überraschen.“

Max Frisch



PROFIL WOLF W. LASKO

Winner/s Edge

UNTERNEHMEN UND FOKUS

WINNER/S EDGE · Gründer & Geschäftsführer

Spezialist für Resulting · Resultatorientierte Sales-Projekte

UNTERNEHMENS-POSITIONIERUNG

WINNER/S EDGE Chore-Geist



1. Strategie-Resulting



2. Innovations-Resulting



3. Sales-Resulting

ERFAHRUNG

Basis	Volks- und Handelsschule, Drogist, Luftwaffe, Dipl.-Ing., Dipl.-Kfm., Dr. rer. pol.
BBDO/Werbeagentur	Kontakter/kreative Werbestrategien
Mercury/Sales-Beratung	Verkaufs-Berater/trainerorientierte Sales-Projekte
Institut für angewandte Kreativität	Kreativ-Berater/Innovations-Projekte
Winner/s Edge/ Unternehmensberatung	Resulter/resultatorientierte Sales-Projekte

PRIVAT

Zuhause	Ländlich mitten im Grünen bei Köln
Aktivitäten	Familie, Berge & Meer, Golf 20/40, Barrique-Painting, Möbius Comics, Science-Far, gute Freunde
Interessen	innovative, knifflige Projekte, freundschaftliche Geschäftsverbindungen
Grundhaltung	Neugierde

„Was sind Sie?
Jemand der übt,
ein Meister
zu werden,
oder
ein übender
Meister?“



- ▣ Dr. Wolf W. Lasko
- ▣ +49 (0) 172 2439398
- ▣ wolf@lasko.de
- ▣ www.lasko.de

Winner/s Edge

